

**PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK- PRODUK DI *MARKETPLACE***

(Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Disusun Oleh:

AFI ALAWIYAH FITRIYANI

NIM: 2108204158

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

1446 H / 2025 M

ABSTRAK

AFI ALAWIYAH FITRIYANI. NIM: 2108204158, "PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DI PASAR (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)" Skripsi 2025.

Peningkatan jumlah pengguna dan kunjungan ke *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Bukalapak menunjukkan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja. Persaingan antar platform menuntut strategi pemasaran yang mampu mempertahankan pangsa pasar, salah satunya dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hubungan setiap variabel ditinjau melalui pendapatan, motivasi dan citra merek mempengaruhi hubungan keputusan pembelian konsumen. Karena mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi hubungan keputusan pembelian konsumen menjadi penting, alasannya tidak hanya mengetahui keputusan pembelian konsumen bersumber darimana saja, tetapi kita mengetahui pula faktor yang mempengaruhi hubungan keputusan pembelian konsumen.

Metode analisis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis korelasi *Spearman Rank*. Pengumpulan data berupa data primer yang bersumber dari jawaban angket. Populasi yang digunakan di Kecamatan Dukupuntang, sampel yang digunakan berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode teknik *Accidental sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel pendapatan dengan keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan moderat. Variabel motivasi dengan keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan moderat. Variabel citra merek dengan keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan kuat.

Kata Kunci: Pendapatan, motivasi, citra merek, keputusan pembelian konsumen

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ABSTRACT

AFI ALAWIYAH FITRIYANI. NIM: 2108204158, "THE EFFECT OF INCOME, MOTIVATION AND BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS FOR PRODUCTS IN THE MARKET (Case Study: Dukupuntang District Community, Cirebon Regency)" Thesis 2025.

The increase in the number of users and visits to marketplaces such as Tokopedia, Shopee, Lazada and Bukalapak shows changes in consumer behavior in shopping. Competition between platforms requires a marketing strategy that is able to maintain market share, one of which is by understanding the factors that influence consumer purchasing decisions.

The purpose of this study is to determine how the relationship between each variable reviewed through income, motivation and brand image affects the relationship between consumer purchasing decisions. Because knowing what factors influence the relationship between consumer purchasing decisions is important, the reason is not only knowing where consumer purchasing decisions come from, but we also know the factors that influence the relationship between consumer purchasing decisions.

The analysis method of this study uses a quantitative approach with the Spearman Rank correlation analysis technique. Data collection is in the form of primary data sourced from questionnaire answers. The population used in Dukupuntang District, the sample used was 100 respondents using the Accidental sampling technique.

The results of the study showed that the income variable with consumer purchasing decisions has a moderate relationship. The motivation variable with consumer purchasing decisions has a moderate relationship. The brand image variable with consumer purchasing decisions has a strong relationship.

Keywords: *Income, motivation, brand image, consumer purchasing decisions*

الملخص

عافي علوية الفطرياني . NIM: 2108204158 ، "تأثير الدخل والدافع وصورة العلامة التجارية على قرارات شراء المستهلك على المنتجات في السوق (دراسة حالة: Cirebon Regency)" أطروحة 2025.

تظهر الزيادة في عدد المستخدمين والزيارات إلى الأسواق مثل Tokopedia و Shopee و Lazada و Bukalapak تغيرا في سلوك المستهلك في التسوق. تتطلب المنافسة بين المنصات استراتيجية تسويقية قادرة على الحفاظ على حصتها في السوق ، أحدها من خلال فهم العوامل التي تؤثر على قرارات شراء المستهلك.

الغرض من هذه الدراسة هو معرفة كيفية مراجعة العلاقة بين كل متغير من خلال الإيرادات والتحفيز وصورة العلامة التجارية على العلاقة بين قرارات شراء المستهلك. نظرا لأن معرفة العوامل التي تؤثر على العلاقة بين قرارات شراء المستهلك أمر مهم ، فإن السبب ليس فقط معرفة مصدر قرارات شراء المستهلك ، ولكننا نعرف أيضا العوامل التي تؤثر على العلاقة بين قرارات شراء المستهلك.

تستخدم طريقة التحليل في هذه الدراسة نهجا كيميا باستخدام تقنية تحليل ارتباطية سببية. يتم جمع البيانات في شكل بيانات أولية مصدرها إجابات الاستبيان. السكان المستخدمون في منطقة دوكوبانغ ، بلغت العينة المستخدمة 100 مستجيب باستخدام تقنية أخذ العينات العرضية.

أظهرت نتائج الدراسة أن متغير الدخل وقرارات الشراء الاستهلاكية كان لهما علاقة معتدلة. كان لمتغير الدافع مع قرارات شراء المستهلك علاقة معتدلة. متغيرات صورة العلامة التجارية وقرارات شراء المستهلك لها علاقة قوية.

الكلمات البحث: الإيرادات ، الدافع ، صورة العلامة التجارية ، قرار شراء المستهلك

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK- PRODUK DI *MARKETPLACE*
(Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh:

AFI ALAWIYAH FITRIYANI

NIM: 2108204158

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II



Marivah Ulfah, M.E.Sy
NIP. 19800805 202321 2 022



Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si.
NIP. 19710801 200003 1 002

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Afi Alawiyah Fitriyani, NIM: 2108204158** dengan judul **“PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK-PRODUK DI MARKETPLACE (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah (Ekos) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UINSSC) untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Mariyah Ulfah, M.E.Sy
NIP. 19800805 202321 2 022


Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si.
NIP. 19710801 200003 1 002

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK- PRODUK DI *MARKETPLACE* (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)**”, oleh **Afi Alawiyah Fitriyani NIM : 2108204158**, telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UINSSC) pada tanggal 20 Juni 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UINSSC).

Sidang Munaqasyah

Ketua Jurusan,

Sekretaris Jurusan,



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M. Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I,

Penguji II,

Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag.
NIP. 19750601 200501 1 008

Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy
NIP. 19860223 201710 3201

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Afi Alawiyah Fitriyani

NIM : 2108204158

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 10 Desember 2002

Alamat : Desa Balad Rt.004 Rw. 001 Kec. Dukupuntang Kab.
Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN, MOTIVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK- PRODUK DI MARKETPLACE (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 20 Juni 2025

Saya yang Menyatakan,



Afi Alawiyah Fitriyani

NIM: 2108204158

KATA PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali kata persembahan, laporan skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.



MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang
kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Pada akhirnya ini semua hanya permulaan”

(Nadin Amizah)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Afi Alawiyah Fitriyani, lahir pada tanggal 10 Desember 2002 di Cirebon. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Arju Winata dan Ibu Khuzriyawati. Penulis beralamat di Desa Balad Rt. 004 Rw. 001 Kec. Dukupuntang Kab. Cirebon, Jawa Barat.

Penulis memiliki pendidikan formal yaitu:

1. SD N 1 Balad (2009-2015)
2. SMP N 1 Dukupuntang (2015-2018)
3. SMK Manba'ul'Ulum (2018-2021)

Di Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, penulis menempuh program Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dengan judul skripsi : **“Pengaruh Pendapatan, Motivasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk-produk Di Marketplace (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)”** dibawah bimbingan Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy dan Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si. Daftar Riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberi penulis rahmat, dan hidayah. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Motivasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk- produk Di *Marketplace* (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UINSSC).

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah membantu dan bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Rektor I Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M. Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen pengampu Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis selama perkuliahan ini.
7. Superhero dan Panutanku, Ayahanda Arju Winata, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik

penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. Pintu surgaku, Mamah Khuzriyawati, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Kepada sepupu saya Ninda Adila, terima kasih telah menemani dan berkontribusi banyak dalam perjalanan penulisan skripsi ini, telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
10. Adik yang paling saya sayangi Salsa Pebriyanti Winata.
11. Kepada Syifa, Ainun, Zakiyah, selaku sahabat penulis yang selalu membersamai serta membantu dalam kerumitan dalam menyusun skripsi penulis. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang baik yang selalu memberikan motivasi, arahan dan semangat disaat penulis tidak percaya akan dirinya sendiri dan sempat hilang arah sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu supaya dapat wisuda bersama-sama. Semoga Allah membalas segala kebaikan kalian.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Yang terakhir kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri dititik ini, walau sering kali merasa putus asa apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan dan semoga apa yang telah diberikan dapat menjadi amal sholeh dan mendapat balasan dari

Allah SWT. Dalam terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Cirebon, 20 Juni 2025

Saya Yang Menyatakan



Afi Alawiyah Fitriyani

NIM: 2108204158



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
الملخص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Keputusan Pembelian	16
3. Pendapatan	20
4. Motivasi	24
5. Citra merek	27

6. Marketplace.....	30
B. Landasan Teologis.....	32
C. Kajian Pustaka.....	35
D. Kerangka Konseptual	37
E. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	40
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	40
C. Sumber data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Populasi Dan Sampel	42
F. Definisi Operasional Variabel	44
G. Teknik Analisis data	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji reliabilitas.....	49
3. Analisis Korelasi <i>Spearman Rank</i>	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
1. Profil Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.....	52
2. <i>Marketplace Shopee</i>	53
3. <i>Marketplace Tokopedia</i>	56
4. <i>Marketplace Lazada</i>	57
5. <i>Marketplace Bukapalaks</i>	57
B. Gambaran Umum Responden	59
C. Analisis Data	63
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabilitas	65
3. Analisis Korelasi <i>Spearman Rank</i>	66
D. Pembahasan.....	69
1. Hubungan Pendapatan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk-produk Marketplace Pada Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.	69

2. Hubungan Motivasi Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk-produk Marketplace Pada Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.	70
3. Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk-produk Marketplace Pada Masyarakat Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Konseptual	37
Tabel 3. 1 Pedoman skala likert	41
Tabel 3. 2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis kelamin di Kecamatan Dukupuntang Tahun 2023.....	42
Tabel 3. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Produktif di Kecamatan Dukupuntang Tahun 2023.....	43
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3. 5 Klasifikasi Koefisien Korelasi	50
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis kelamin di Kecamatan Dukupuntang Tahun 2023.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace yang sering digunakan	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Korelasi Spearman Rank	66

UNSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna E-commerce Di Indonesia Periode 2017-2024	1
Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan Website E-commerce di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Distribusi Penduduk Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan Utama Tahun 2023	5
Gambar 2. 1 Kurva Indeferen.....	14
Gambar 2. 2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 SK Pembimbing.....	87
Lampiran. 2 Kartu Bimbingan	88
Lampiran. 3 Daftar Lampirasn Kuesioner	89
Lampiran. 4 Rekapitulasi Data Responden.....	97
Lampiran. 5 Tabulasi data	104
Lampiran. 6 Output Uji Validitas	116
Lampiran. 7 Output Uji Reliabilitas.....	127
Lampiran. 8 Output Uji Korelasi <i>Spearman Rank</i>	129
Lampiran. 9 Observasi Pada Masyarakat Kecamatan Dukupuntang	130
Lampiran. 10 Bukti Google From Kuesioner	131
Lampiran. 11 Bukti Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat Kecamatan Dukupuntang	132
Lampiran. 12 Surat Penelitian.....	135
Lampiran. 13 Observasi Ke Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon.....	137

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543b//U/1987

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سِئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

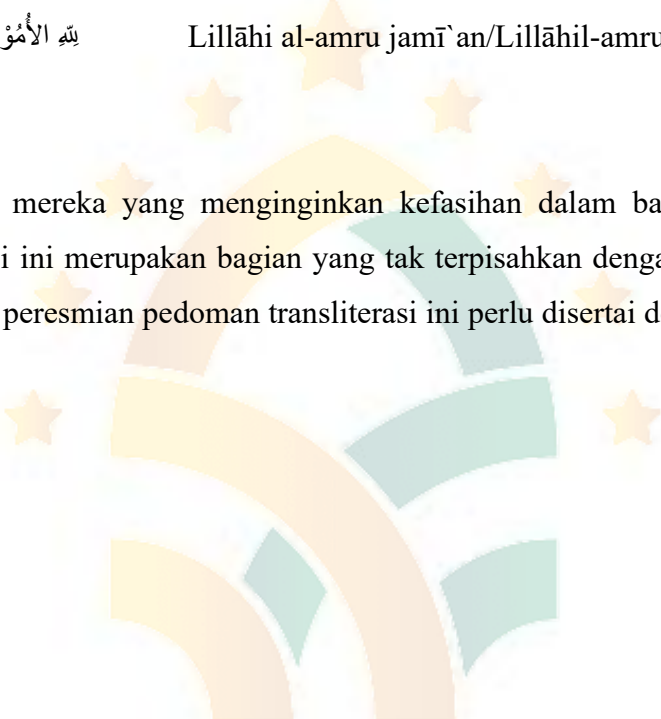
Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON